

Informe final pasantías programa de Administración de Empresas

María Fernanda Pardo Rojas

Docente: Henly Mylene Flórez Villamizar

Universidad Nacional Abierta y Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Programa de Administración Empresas

Agosto 2024

Resumen

Durante el desarrollo de esta pasantía en la empresa Menta Oficial S.A.S, apliqué los conocimientos adquiridos en la universidad, además de diversas funciones empresariales como organización, liderazgo y planeación, las cuales me permitieron dar estrategias de mejoras en el área de Producción y Compras, en especial porque se pudo lograr que se instauraran formatos, métodos e ideas claves de aprendizaje mutuo, como todos sabemos las pasantías siempre serán la base para el refuerzo de lo aprendido y que como profesionales capacitados seamos capaces de brindar a empresas nuestras estrategias en pro de su mejoramiento continuo siempre será de reconocimiento en especial por que estos escenarios refuerzan las habilidades de los estudiantes.

Por otra parte, esta ha sido una de las oportunidades más enriquecedora de mi vida laboral y puedo decir que ambas partes aprendimos, la empresa a tener una orientación diferente e innovadora de sus procesos y yo, a aplicar todo lo que en la formación académica había aprendido.

Por ello, este trabajo permite comprender el proceso de pasantía desarrollado en la empresa a partir del 25 de abril del año 2024 y mi experiencia durante el desarrollo de diversas actividades.

Palabras claves: Administración, Pasantía, Empresa, Estrategia, Mejoramiento.

Abstrac

During the development of my internship I applied in the company Menta Oficial S.A. S the knowledge acquired at the university, in addition to various business functions such as organization, leadership and planning, which allowed me to give improvement strategies in the area of Production and Purchasing, especially because I could establish formats, methods and key ideas for mutual learning, as we all know the internships will always be the basis for the reinforcement of what has been learned and that as trained professionals we are able to provide companies with our strategies for continuous improvement will always be recognized especially because these scenarios reinforce the skills of students.

On the other hand, this has been one of the most enriching opportunities of my working life and I can say that both parties learned, the company to have a different and innovative orientation of its processes and me to apply everything I had learned in my academic training.

Therefore, this work allows to understand the internship process developed in the company from April 25, 2024 and my experience during the development of various activities.

Key words: Management, Internship, Company, Strategy, improvement.

Tabla de contenido

Resumen	2
Abstrac	3
Tabla de contenido	4
Tabla de Figuras	6
Introducción	7
Objetivos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Contexto de la Práctica	9
Presentación de la Empresa	9
Razón Social	9
Reseña Histórica	9
Misión	9
Visión	9
Valores Corporativos	10
Descripción del Área en la cual se Desarrolla la Práctica Profesional	11
Desarrollo de las Actividades Realizadas en la Práctica	12
Descripción de la Problemática Manejada en el Desarrollo de la Práctica	20
Referentes Teóricos	21
Referentes Técnicos	22
Referentes Legales	23
Aportes Técnicos, Tecnológicos o Científicos del Estudiante Durante la Práctica	24

Conclusiones	27
Recomendaciones	28
Glosario	29
Bibliografía	30

Tabla de Figuras

Figura 1 <i>Organigrama Menta Oficial S.A.S</i>	10
Figura 2 <i>Formato inicial para la recepción de garantías</i>	13
Figura 3 <i>Formato inicial de revisión de garantías S.A.S</i>	14
Figura 4 <i>Formato final de revisión de garantías</i>	14
Figura 5 <i>Formato de pedidos</i>	15
Figura 6 <i>Diagrama del proceso de Producción y Compras</i>	25

Introducción

En el siguiente trabajo se encuentra el desarrollo de un informe detallado sobre el proceso de pasantía en la empresa Menta Oficial S.A.S, en el cual se planificarán y desarrollarán estrategias para el mejoramiento de las actividades administrativas, que optimicen los procesos productivos de la empresa, desde los pedidos con proveedores, pasando por las diversas negociaciones y terminando con la calidad del productivo final, todo ello gestión de actividades administrativas.

Así mismo, se podrá evidenciar la descripción de la empresa y del área en la cual se desarrolla la práctica profesional, el desarrollo de las actividades realizadas en la práctica, la descripción de la problemática manejada en el desarrollo de la práctica y asesoría empresarial, los referentes teóricos, los referentes técnicos, los referentes legales, los aportes técnicos, tecnológicos o científicos de los estudiantes durante el desarrollo de la práctica y demás temas factores necesarios durante el proceso.

También encontrará formatos sobre los procesos de garantías, recepción de las mismas y los pedidos ejecutados a proveedores, así mismo un análisis mes a mes del estado de la calidad en las sedes de la empresa, y en específico el desarrollo de diversas actividades como base del área de producción y compras, en donde algunas son constantes e incluso diarias y algunas son más esporádicas y su necesidad depende de diversos factores.

Objetivos

Objetivo General

Generar estrategias que contribuyan al mejoramiento de la producción de la empresa Menta Oficial S.A.S durante el año 2024 que optimicen los procesos productivos de la empresa, desde los pedidos con proveedores y las diversas negociaciones, terminando con la calidad del productivo final, todo ello gestión de actividades administrativas.

Objetivos Específicos

Mejorar las actividades administrativas, por medio del diseño formatos que buscan garantizar la ejecución de procesos con una línea de acción estandarizada y con calidad.

Desarrollar informes sobre el estado de la producción y sus avances en torno a actividades administrativas.

Tramitar según formatos los pedidos y negociaciones con proveedores acordes a las necesidades de la empresa en pro del aumento de las ventas.

Contexto de la Práctica

Presentación de la Empresa

Razón Social

Menta Oficial S.A.S, actividad económica: Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados.

Reseña Histórica

Menta es una empresa que lleva en el mercado 10 años, fundada por sus accionistas Fabian Castellanos y Luisa Rincón en el 2014, inicialmente su nombre era Brank, seguido a ello se modificó a Menta y actualmente está en proceso de transición a su nuevo nombre comercial Maemi. Menta es una empresa dedicada a la comercialización de moda femenina cuyo propósito es ofrecer una amplia gama de ropa y accesorios de moda que ayudarán a expresar un estilo único, dados sus cambios Menta se ha convertido en el destino favorito para encontrar outfits de tendencia, versátiles y de alta calidad en Colombia y que harán sentir a la mujer confiada y a la moda en cualquier ocasión. Actualmente MENTA Oficial tiene una identidad de marca creativa, tierna, cálida, lográndose reflejar en el diseño de los productos, su presencia en redes sociales, estrategias de marketing, y demás aspectos de la empresa.

Misión

Empoderar a la mujer a través de la moda; Creando prendas y accesorios que resalten la confianza y la belleza natural de cada una de ellas, promoviendo la inspiración y la seguridad personal expresada a través del estilo.

Visión

Lograr ser una marca única y exclusiva en moda y accesorios, reconocida por la calidad, variedad y productos excepcionales. Trabajamos en ser marca pionera con participación en

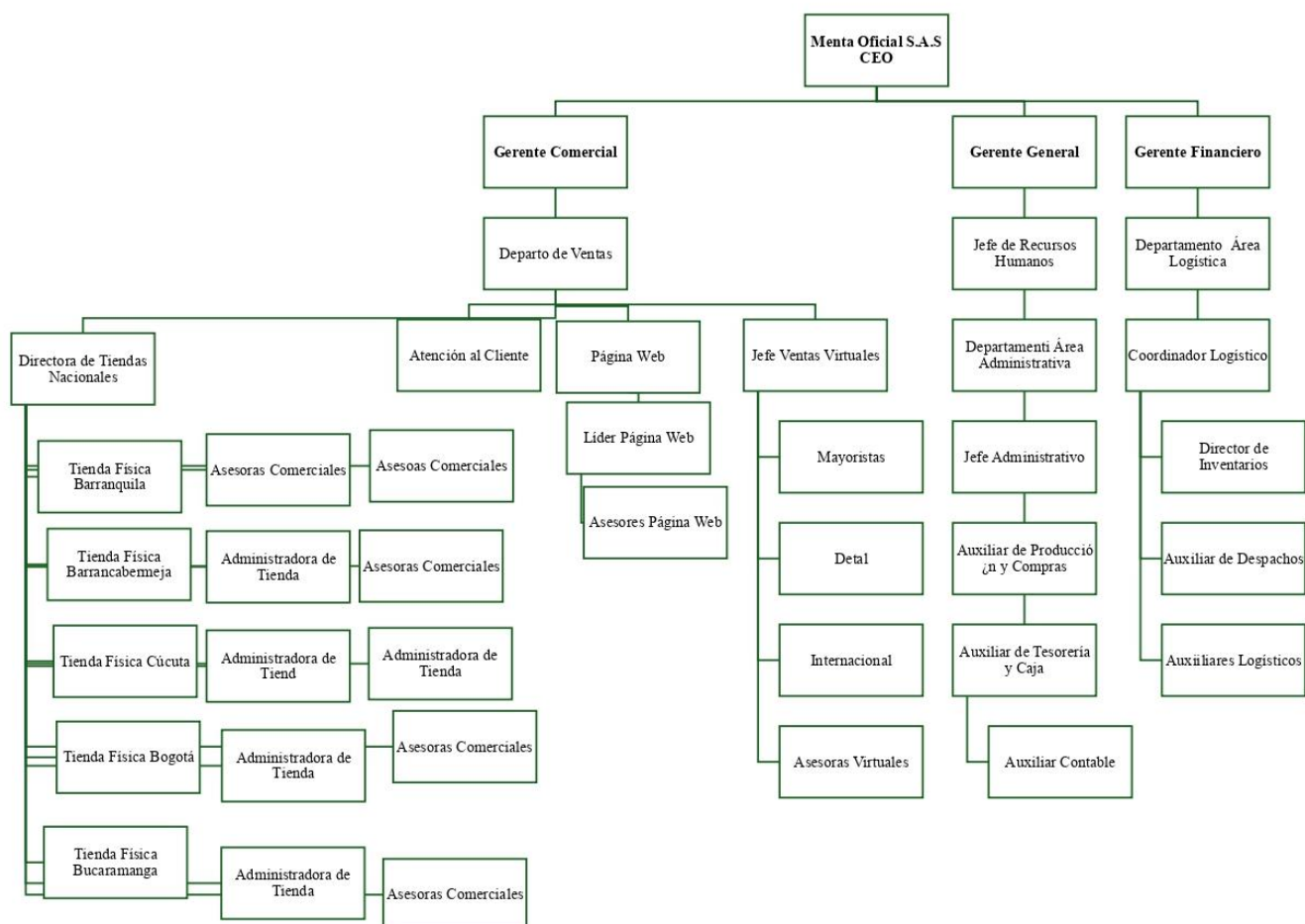
diferentes ciudades de Colombia, manteniendo siempre el compromiso con la satisfacción y la felicidad de nuestros clientes. Para el año 2030 nos visualizamos en ser una empresa reconocida a nivel internacional.

Valores Corporativos

Sentido de pertenencia, Creatividad sostenibilidad, Puntualidad, Excelencia, Empoderamiento, Amor propio, Compromiso y Crecimiento continuo.

Figura 1

Organigrama Menta Oficial S.A.S



Fuente: Empresa Menta Oficial S.A.S

Descripción del Área en la cual se Desarrolla la Práctica Profesional

El área en el cual se desarrolló la práctica profesional dio apertura dada las necesidades de la empresa y es la de Producción y Compras, esto en especial porque su apertura contribuyó el desarrollo de las prácticas y el mejoramiento continuo de la empresa, y contribuyó a que el estudiante aportara a la empresa herramientas necesarias para su adecuación. Así mismo esta área se proyectó ser la encargada de gestionar todos los procesos de compra y producción de la empresa a nivel administrativo y de calidad, como también gestionar acuerdos comerciales a nivel de costos, pedidos a proveedores nacionales, informes de los productos que representan mayores niveles de ventas, informes sobre los procesos de garantías, revisión de facturación con la finalidad de que los costos correspondan a los pactados en previas negociaciones, y en el proceso con la finalidad de generar mejoras se realizaron formatos para garantizar la calidad de los productos reprogramación de prendas de línea y faltantes o prendas que siempre deben existir en bodega, muestras nuevas para estar activos en las tendencias según sea la temporada o evento que tenga la empresa, estrategias para la reducción de pérdidas e informes periódicos de las prendas estrellas que representaron alto impacto a nivel económico en la empresa.

Desarrollo de las Actividades Realizadas en la Práctica

- Gestionar acuerdos comerciales a nivel de costos: En esta actividad se realizaron acuerdos comerciales con aproximadamente 10 proveedores, en donde se identificaron el tipo de prenda, los costos promedios y el costo máximo a pagar por esta, en donde tras la negociación por costos se realizaron los pedidos que representaron el 100% de los productos para ser recepcionadas en los meses de mayo a junio y que serán comercializados según hayan llegado a la empresa.
- Realizar pedidos a proveedores nacionales: Esta actividad se constituyó posteriormente a los acuerdos comerciales a nivel de costo, y en ella se acordaron citas con proveedores, observación de mercancía, telas, diseños, estampados, colores y cantidades solicitadas, para cerrar el proceso y pasar a la maquila con el proveedor.
- Desarrollar informes de ventas: En esta actividad se informó al Gerente comercial y dueña de la empresa cuales eran los productos más vendidos durante abril y mayo, que representaron para la empresa ganancias mayores y aumento en ventas. Las cuales serán tenidos en cuenta para ser productos de línea (es decir productos fijos de la empresa y que siempre deben estar en stock) y aquellos que en futuro se puedan volver a solicitar dado su impacto comercial.
- Desarrollar informes sobre los procesos de garantías durante los meses de mayo y junio: En este se inició con la creación de un modelo de recepción de garantías en donde se recolectan datos necesarios para solucionar oportunamente las falencias, posteriormente se recopilaron los datos de las sedes, tales como Bogotá, Bodega principal, Bucaramanga, Barrancabermeja, Barranquilla y Cúcuta, identificando consigo que la ciudad de Bucaramanga presenta el 80% de las garantías recepcionadas en la empresa, aclarando

que existen 2 tipos de garantías: las de clientes y las internas. Esta situación puede deberse a que esa sede es la más antigua y es quien tiene mayor cantidad en stock de prendas antiguas.

- Realizar formatos para garantizar la calidad de los productos: Se creó el formato para la recepción de las garantías en las sedes de la empresa (manejado de forma física).

Figura 2

Formato inicial para la recepción de garantías

MENTA		FORMATO GARANTÍAS	
FECHA RECIBIDO:		VIRTUAL <input type="checkbox"/>	RESENCIAL <input type="checkbox"/>
N° FACTURA:		LUGAR DE COMPRA:	
CLIENTE:		CONTACTO:	
ASESORA:			
PREDA/ACCESORIO:			
MOTIVO DE GARANTÍA:			
ESTADO DEL PRODUCTO:		NUEVO <input type="checkbox"/>	USADO <input type="checkbox"/>
HISTORIAL:			
SOLUCIÓN:		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

Fuente: Elaboración propia

- Reprogramación de prendas: Esta actividad se realiza con base en los productos que representaron un excelente impacto comercial, y se realiza de forma esporádica, dado que depende de la rotación de la mercancía, es decir no tienen tiempos estipulados.
- Revisión de los faltantes o prendas que siempre deben existir en bodega (prendas de línea): Esta actividad se realiza teniendo en cuenta los productos de línea que siempre representan un excelente impacto comercial, y se realiza de forma periódica una vez a la semana.
- Implementar estrategias para evitar las prendas sin movimiento en ventas: En esta estrategia primero se identificaron las prendas que actualmente no tiene contenido (fotografía) para proceder a la realización de este proceso como medida inicial, con la

finalidad de analizar su posterior rotación, dado que nuestro foco de venta principal son las redes sociales.

- Tramitar la generación de muestras nuevas: Este proceso se realiza constantemente dado que la empresa en su plan de crecimiento proyecta sus diseños a ser más únicos y en tendencia.
- Ejecutar formatos para la recepción de mercancías en mal estado: Se realizó un formato digital por medio del drive para decepcionar la mercancía en mal estado en sedes y bodegas, ya sean de clientes o de manejo interno.

Imagen 3

Formato inicial de revisión de garantías

MENTA GARANTÍAS LOCALES		Mes:		Versión 1 - Abril	
CONCEPTO	SUCIO/MANCHADO	DESCOSIDO	ROTO	DE FÁBRICA	TOTAL
BARRANCA					
BARRANQUILLA					
BUCARAMANGA					
BODEGA BGA					
BOGOTÁ					
CÚCUTA					
TOTAL					0

Fuente: Elaboración propia

Imagen 4

Formato final de revisión de garantías

MENTA Formato Registro Devoluciones por Garantías MENTA OFICIAL										Versión 2- 2024
	Cliente	Fecha de Devolución	Cedula del cliente	Tipo de Producto	Prenda	Tipo de Defecto o Problema	Detalles del Problema	Acciones Correctivas Tomadas	fecha de solución	Observaciones Adicionales
1										
2										
3										
4										

Fuente: Elaboración propia

- Realizar informes periódicos de las prendas estrellas que representaron alto impacto a nivel económico en la empresa: Este informe se realiza de forma periódica y es de carácter verbal, se realiza con la gerente comercial para identificar las tendencias, gustos de los clientes y cambios en el mercado.
- Generación de formatos para pedidos: En esta actividad se estableció un único formato para la generación de pedido de la empresa, en donde se pueden observar los datos necesarios por proveedor.

Imagen 5

Formato de pedidos

MENTA															Formato pedidos Menta Oficial			Versión 1 - Abril 2024
FECHA DEL PEDIDO	PROVEEDOR	REF:	TELA	FOTO	NOMBRE	COSTO	PRECIO DE VENTA	COLOR 1	COLOR 2	COLOR 3	XS/7	S/8	M/10	L/12	TOTAL GENERAL	REPROGRAMACIÓN	RECIBIDO	

Fuente: Elaboración propia

- Elaborar estrategias para la reducción de pérdidas. Por medio de esta estrategia se realizó un informe de las prendas por categoría existentes en bodega por parte del área logística y un informe de las prendas pendientes por llegar por parte del área de producción, con la finalidad de identificar qué se tiene en bodega en altas cantidades, cómo reducir el inventario y qué necesitamos para completar los outfits adecuadas según los distintos eventos y temporadas.
- Desarrollar informes de ventas.: En esta actividad se informó al Gerente comercial y dueña de la empresa cuales eran los productos más vendidos durante abril y mayo, que representaron para la empresa ganancias mayores y aumento en ventas. Los cuáles serán tenidos en cuenta para ser productos de línea (es decir productos fijos de la empresa y que

siempre deben estar en stock) y aquellos que en futuro se puedan volver a solicitar dado su impacto comercial.

- Desarrollar informes sobre los procesos de garantías durante los meses de junio y julio: En este se inició con la creación de un modelo de recepción de garantías en donde se recolectan datos necesarios para solucionar oportunamente las falencias, posteriormente se recopilaron los datos de las sedes, tales como Bogotá, Bodega principal, Bucaramanga, Barrancabermeja, Barranquilla y Cúcuta, identificando consigo que la ciudad de Bucaramanga presenta el 82% de las garantías recepcionadas en la empresa, aclarando que existen 2 tipos de garantías: las de clientes y las internas. Esta situación puede deberse a que esa sede es la más antigua y es quien tiene mayor cantidad en stock de prendas antiguas. Aun así, las demás ciudades presentaron una disminución del 12% de las garantías, esto dadas las charlas y comunicados que aportaron aprendizaje a cada una de las integrantes de las sedes sobre la importancia del cuidado de las prendas y cómo dirigirse a los clientes cuando las garantías se presentan por parte del área de producción, dado que es esta el área que conoce los distintos manejos de las prendas según su tela, composición e instrucciones de uso y lavado.
- Tramitar la generación de muestras nuevas. Actividad ejecutada de forma constante y cuya finalidad es ser más exclusivos y estar en tendencia.
- Crear de mercancía. Esta actividad es constante y se realiza de forma diaria y en ella se fija en el sistema el precio de la prenda en pesos y dólar, para que cuando sean recepcionadas, llegue con el stickers informativo para el descuento adecuado del sistema, el conteo ágil y oportuno y la disponibilidad de la prenda para la venta.

- Identificar prendas antiguas que pueden ser vendidas a un menor precio. En esta actividad se verifican aquellas prendas por defectos mínimos, antigüedad o calidad no adecuada representan aumento en el stock y durante un periodo amplio no ha existido reducción de este, por ello se procede a la reducción de su precio de venta por medio de promociones algunas denominadas “últimas unidades”.
- Desarrollar informes sobre el estado de la producción y sus avances en torno a actividades administrativas: En esta actividad se realizan informes verbales sobre el estado de la producción y las necesidades de los eventos, es decir si hay eventos como el de madres se solicitan a los proveedores prendas que estén en el proceso de producción y que se puedan comercializar para esta fecha, así mismo se verifica el estado de los pedidos, que tanto hay solicitado, que prendas están siendo más factibles y que faltantes existen para solicitar lo necesario y no tener sobre stock.
- Tramitar según formatos los pedidos y negociaciones con proveedores acordes a las necesidades de la empresa en pro del aumento de las ventas.
- Crear prendas nuevas: En este proceso se maneja el sistema de página web y ARI con la finalidad de crear la prenda en el inventario de la empresa, esta actividad es constante y se realiza de forma diaria y en ella se fija en el sistema el precio de la prenda en pesos y dólar, para que cuando sean recepcionadas, llegue con el stickers informativo para el descuento adecuado del sistema, el conteo ágil y oportuno y la disponibilidad de la prenda para la venta, aquí se le da a la prenda un nombre, color y talla en específico según corresponda, posterior a ello se sacan los stickers y se envían directamente a proveedor ya sea en físico o digitales.

- Verificar cantidades y costos en facturación: En este momento las prendas ya han sido recibidas y se verifica con el área logística que todo allá llegado el total facturado, luego se verifica el costo acorde a lo negociado, seguido a ello se pasa el costo a la persona encargada de hacer los ingresos al sistema y por último se entrega la factura verificada al área de contabilidad.
- Administrar adecuadamente los insumos y despachar según sea la cantidad los insumos necesarios para la producción: Al ser una empresa que maquila sus productos se encuentra la necesidad de enviar a los proveedores los insumos como marquillas, etiquetas y stickers para que sean colocados en las prendas y que lleguen a la empresa listas para la comercialización, por ello se envían según sean los pedidos el material necesario para cada referencia.
- Desarrollar informes sobre los procesos de garantías durante los meses de julio y agosto: En este se inició con la creación de un modelo de recepción de garantías en donde se recolectan datos necesarios para solucionar oportunamente las falencias, posteriormente se recopilaron los datos de las sedes, tales como Bogotá, Bodega principal, Bucaramanga, Barrancabermeja, Barranquilla y Cúcuta, identificando consigo que la ciudad de Bucaramanga presenta el 71% de las garantías recepcionadas en la empresa, aclarando que existen 2 tipos de garantías: las de clientes y las internas. Esta situación puede deberse a que esa sede es la más antigua y es quien tiene mayor cantidad en stock de prendas antiguas. Aun así, las demás ciudades presentaron una disminución del 5% de las garantías de clientes, esto dadas las charlas y comunicados que aportaron aprendizaje a cada una de las integrantes de las sedes sobre la importancia del cuidado de las prendas y cómo dirigirse a los clientes cuando las garantías se presentan por parte del área de

producción, dado que es esta el área que conoce los distintos manejos de las prendas según su tela, composición e instrucciones de uso y lavado, pero un aumento del 4% en las garantías de tienda, esto dado que ese mes decepcionamos 2 referencias de mala calidad, esto fue hablado directamente con el proveedor, en donde se procedió a la devolución rápida de estas prendas para que no afectaran la calidad directamente en el cliente.

- Gestionar visitas de proveedores en pro de eventos. En este punto ya finalizando el mes de julio se recibieron 2 proveedores con tendencias importantes a incluir en un evento en el cual se participó que fue el Santander Fashion Week, en el que se mostró moda y tendencias que se brindan a los clientes por medio de 3 etapas diferentes como lo fueron Mágica, Empoderada e Inspiradora, como fuente de lo que se quiso transmitir como empresa.
- Participar en eventos: Durante las prácticas empresariales se participaron en eventos como innovación de marca a Maemi, celebración del día de las madres, evento madrugón, summer y participación en desfile y feria Santander Fashion Week, en los cuales se proyectaron prendas específicas para cada uno de ellos, incursionando en tendencia, proyección de ventas e impacto en el mercado, dado que se fijaron referencias en específicas propias de la marca por medio de la generación de muestras, también se desarrollaron acuerdos para que las prendas llegaran en tiempos fijos para poder gestionar el contenido y estrategias de ventas acordes a cada evento.

Descripción de la Problemática Manejada en el Desarrollo de la Práctica

La problemática abordada durante el desarrollo de la práctica fue la carencia de un área de producción que se encargase de que todo llegara acorde a lo solicitado, en donde no se planificaban estrategias para el mejoramiento de las actividades administrativas a nivel productivo, la calidad de las prendas dependía directamente de lo que el proveedor creyera adecuado, no se revisaba que las prendas solicitadas con algunas especificaciones, modificaciones o telas en específicos llegaran de esa manera, y por ende no se optimizaban los procesos productivos de la empresa, desde los pedidos con proveedores, pasando por las diversas negociaciones y terminando con la calidad del productivo final, todo ello generaba sobre stock, garantías en cantidades alarmantes y pérdida de insumos.

Referentes Teóricos

La palabra administración proviene del latín ad (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia) y significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro. y en palabras del académico y consultor empresarial estadounidense Clayton Magleby Christensen (2020) "Si tienes éxito y estás creciendo, puedes administrar de la forma que quieras. El crecimiento facilita muchos aspectos de la administración. Cuando el crecimiento se detiene, las cosas se complican." Razones por las cuales es importante resaltar su función y lo que esta significa para el adecuado desarrollo de las empresas, en especial porque para la ejecución de la práctica profesional en la empresa Menta Oficial S.A.S en el área de Producción y Compras se instauraron las 3 fases de la administración mecánica como lo son previsión, planeación y organización, cada una de ellas como un pilar para su funcionamiento, en donde por medio de la previsión se buscaba satisfacer las necesidades del mercado en materia de tendencia y demanda, en la planeación para que los pedidos siempre fueran oportunos y llegaran a tiempo y la organización para que los insumos y las prendas recepcionadas llegaran a tiempo. Todo ello como base de la administración mecánica y sistematizada que se proyectaba ejercer en la empresa.

Otro punto a resaltar es el de Deming en su obra de 1986 "Out of the Crisis" (Fuera de la crisis), dado que el autor propone puntos importantes que pueden modificar una organización. Estas se contraponen precisamente a las tres creencias que predica: mejora continua, constancia de propósito y conocimiento organizacional, razón por la cual en esta empresa fue aplicada una de sus 3 creencias la cual es la mejora continua, instaurada en el área de producción y Compras. Y en palabras de Deming (1982) "La calidad no es el resultado de las inspecciones, sino de las mejoras en los procesos".

Referentes Técnicos

Para el desarrollo de las actividades propuestas en el plan de trabajo durante las pasantías se utilizaron las siguientes herramientas:

- Computador.
- Impresora.
- Scanner.
- Página Web empresarial.
- Software empresarial (sistema ARI).
- Correos corporativos.
- Software para la creación de mercancía en el sistema.

Referentes Legales

Actualmente la empresa tiene establecida la norma ISO 14001 se centra en la implementación de sistemas de gestión medioambiental (SGM) que ayuda a las organizaciones a identificar, supervisar y controlar sus aspectos medioambientales. Siendo esta norma un animo a las empresas a tener en cuenta los aspectos medioambientales relevantes para sus operaciones, como la contaminación atmosférica, los problemas de agua y alcantarillado, la gestión de desechos, la contaminación del suelo, etc. La adhesión a la norma ISO 14001 suele traducirse en un uso más eficaz de los recursos y una reducción de los desechos, con el consiguiente ahorro de costos. Y al ser una empresa que maneja tejido plano la rige la norma NTC 730-3:2001 Textiles. Telas de tejido de punto y plano. Requisitos generales: Esta norma técnica en confección especifican los requisitos indispensables para cumplir con las necesidades y expectativas del cliente en las prendas confeccionadas.

Aportes Técnicos, Tecnológicos o Científicos del Estudiante Durante la Práctica

Durante la práctica se realizaron aportes tales como: formulación de formatos para recepción, control y respuesta ante garantías, formato para realización de pedidos con proveedores y formatos de presentación de prendas y calzado sin contenido.

De esta manera la empresa pudo establecer un estándar en materia de producción y compras, es decir que este proceso tenga una secuencia a la hora de su realización, ello dependerá si el producto es netamente diseño del proveedor y si es una muestra brindada por la empresa, ejemplo de ello es que si es del proveedor este deberá presentar la referencia de la cual se analizara su horma, calidad de su tela, tendencia y por supuesto su costo, para posteriormente al ser aprobada se realiza el pedido en el formato dispuesto para así seleccionar los colores en los que se comercializará, esto depende directamente de las tendencias del mercado, seguido a ello la referencia pasa a confección y se le envían al proveedor las marquillas, etiquetas y stickers necesarios, esto por que la empresa maquila el 100% de su mercancía, después de esto al ser ya confeccionada la prenda el proveedor envía la mercancía según las fechas y cantidades pactadas, las cuales son recepcionadas en el área logística y se cuenta que la cantidad recibida sea la facturada, al ser así o no serlo se comunica al área de producción para que indica al proveedor la favorabilidad o los inconvenientes de la recepción, así mismo en esta área se debe verificar que los costos facturados sean los negociados y que la mercancía allá llegado como se solicitó, es decir con la tela, las cantidades y las cualidades adecuadas, para por último informar al área contable que la facturación es correcta o si hay que hacer correcciones y transferir el costo al director de inventario para que la mercancía pueda ser comercializada oportunamente. Y es así como se estableció un proceso de producción idóneo en materia de administración.

Por otra parte, en esta área el 100% de la comunicación es con los proveedores y con la Gerente Comercial de la empresa de tal manera el área es un canal de comunicación directa entre empresas, lo cual proporciona que se puedan determinar y tomar decisiones necesarias para el mejoramiento de la empresa y optimizar la resolución de conflictos cuando la mercancía tenga cambios o se necesite el cumplimiento de las fechas de comercialización, especialmente cuando se requiera para eventos.

Imagen 6

Diagrama del proceso de Producción y Compras



Fuente: Elaboración propia

Razones por las cuales se identifica que estas actividades han generado resultados positivos, dado que las necesidades se cumplen y los logros van de la mano del reconocimiento de sus líderes y accionistas de la empresa, quienes justifican que era muy necesario integrar esta área a la empresa, dado que sus resultados han mejorado la productividad de la empresa, al ser eficientes y al incrementar las ventas debido a que la mercancía llega en los tiempos adecuados para su comercialización, factor que anteriormente no estaba provisto y no se percibía lo importante que el área de producción y compras es para una empresa, en especial por que de ella depende que exista mercancía en excelentes condiciones para la comercialización.

Conclusiones

Para concluir es importante resaltar que el proceso permitió inicialmente la ejecución de las prácticas empresariales en la empresa Menta Oficial S.A.S y seguido a ello que se aplicaron los conocimientos obtenidos durante el proceso formativo como generación de estrategias, análisis de situación, identificación de factores clave, entre otros que fueron claves para que se generaran estrategias, formatos y herramientas que mejoraron el proceso productivo de la empresa, dado que inicialmente no existía esta área en específico, por ende, la empresa mejoró radicalmente las falencias evidenciadas inicialmente de las cuales nacieron la necesidad de conformar el área de producción y compras, esas falencias fueron: el sobre stock, garantías en cantidades alarmantes y pérdida de insumos, entre otros factores que actualmente ya no se evidencian en la empresa.

Por otra parte, en este informe se describió la empresa y el área en la cual se desarrolló la práctica profesional, se desarrollaron las actividades realizadas en la práctica, se describió la problemática manejada en el desarrollo de la práctica, se mostraron los referentes teóricos, técnicos y legales, así como también los aportes técnicos, tecnológicos o científicos de los estudiantes durante el desarrollo de la práctica y demás temas factores necesarios durante el proceso.

Y por último, esta práctica profesional contribuyó a que la producción funcione adecuadamente, a que las compras se ejecuten con los costos viables para la empresa, a que se solicite lo que se necesite únicamente y que estos pedidos vayan ligados a los eventos, temporadas y tendencias del mercado, es decir a que la producción conlleve al éxito empresarial, a que aumente la productividad y con ello alcance un adecuado impacto, especialmente porque en esta se establecieron procesos organizativos.

Recomendaciones

Se recomienda la reestructuración del área de producción y compras para que esta tenga personal calificado en materia de diseño de moda, para que las prendas sean aún más únicas y así participar más activamente en las tendencias, así mismo personal que acompañe el proceso de calidad directamente con el área de producción, esto teniendo en cuenta que la debilidad de la empresa en materia de producción están arraigadas en la falta de personal que realice actividades específicas, tales como aseguramiento de la calidad, verificación de prendas y revisión constante de inventario para solicitar sólo lo necesitado, aunque esta última puede variar dadas las necesidades del mercado. Todo ello teniendo en cuenta que la empresa cuenta con un gran potencial de venta, y en los últimos meses sus pedidos generales han aumentado, pero pueden estar más enfocados en temas específicos que se trabajen en colecciones según temporada, especialmente en fechas como día de las madres, madrugones y eventos internos de la empresa.

En este mismo orden de ideas, la empresa debe mejorar sus procesos internos en materia de inventario, dado que este no suele ser confiable en su mayoría, la verificación de la mercancía que llegue antes de la venta para evitar sobrecostos en materia de personal y transporte y ampliar su planta de personal, pero calificado y también debe establecer políticas de garantías para evitar el exceso de garantías que son por uso y no por calidad directa.

Glosario

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

Esta tela es de buena calidad.

Comprar. Acción de obtener algo por un precio.

Costos: Cantidad que se da o se paga por algo.

Garantía: Compromiso temporal del fabricante o vendedor, por el que se obliga a reparar gratuitamente algo vendido en caso de avería.

Impacto comercial: Es cuando se consigue que el consumidor preste atención a un producto y/o servicio, y que los baraje como primera opción, para que finalmente, se convierta en una compra.

Venta: Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.

Muestras: Porción de un producto o mercancía que sirve para conocer la calidad del género.

Tendencia: Es un supuesto desarrollo futuro que potencialmente tiene un efecto a largo plazo en una industria seleccionada o en el mercado en general.

Pedido: Encargo de mercancía hecho a un fabricante o vendedor.

Producción: Es un proceso en el cual se busca transformar materias primas en prendas de vestir listas para su comercialización, asegurando calidad, eficiencia y cumplimiento de plazos.

Productos de línea: Son un grupo de artículos estrechamente relacionados, ya sea porque satisfacen una clase de necesidad, porque se usan conjuntamente o se solicitan en repetidas ocasiones dado su nivel de venta.

Proveedor: Persona o de una empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades, etc.

Bibliografía

Chiavenato, I. (2000). Introducción a la teoría general de la administración. En I. Chiavenato,

Introducción a la teoría general de la administración, tercera edición. México, D.F.:

McGraw-Hill | INTERAMERICANA.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20dalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf

Denim, W. (1982). Los 14 Puntos sobre Calidad de Edwards Deming.

<https://amamex.org.mx/los-14-puntos-sobre-calidad-de-edwards-deming/#:~:text=La%20calidad%20no%20es%20el,costosa%20impactando%20en%20la%20confiabilidad.>

Diccionario de la Real Academia Española RAE. <https://dle.rae.es/proveedor?m=form>

Página Web empresa Menta Oficial.

https://maemioficial.com/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwodC2BhAHEiwAE67hJCpIiqATbYG3XnXrxEae4_1ElqnN8wFoFpieq8bS9CVVOw9Yq40SRoCTI0QAvD_BwE